

Предпринимательская деятельность Enterprise activity

Научная статья
УДК 338.242.2:338.012.23
DOI: 10.14529/em260112

ВЗАИМОСВЯЗЬ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА И КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В РЕГИОНАХ РОССИИ: ЭМПИРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Е.С. Ткач, elena-tkach@yandex.ru

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

Аннотация. В современной экономике знаний креативные индустрии становятся ключевым фактором конкурентоспособности и диверсификации регионального развития. В то же время сектор малого и среднего предпринимательства (МСП) рассматривается как основа устойчивости и инновационности экономической системы. Это обуславливает взаимное усиление МСП и креативной экономики, выступающей значимым драйвером социально-экономического развития регионов России. Однако эмпирический анализ взаимосвязи данных секторов на региональном уровне в отечественной практике остается недостаточно изученным. Цель данного исследования – количественная оценка статистической связи между развитием малого и среднего предпринимательства и креативных индустрий в субъектах РФ. В работе эмпирически подтверждается и визуализируется положительная взаимосвязь между долями МСП и креативных индустрий в валовом региональном продукте (ВРП), а также предлагается группировка регионов по характеру их взаимосвязи. Исследование опирается на данные официальной статистики, представленной Росстатом в разрезе субъектов РФ. Методологический инструментарий включает построение диаграммы рассеяния, расчет коэффициентов линейной и ранговой корреляции, а также метод квартилей для стратификации регионов. Полученные результаты подтверждают гипотезу о наличии статистически значимой положительной связи между уровнем развития малого и среднего предпринимательства и креативных индустрий в экономиках субъектов Российской Федерации. Выявленная зависимость объясняется предпринимательской природой креативных индустрий, их ролью в формировании добавленной стоимости продукции традиционных МСП, а также общими факторами благоприятной среды (качество человеческого капитала, институциональная инфраструктура). Выводы исследования дополняют теоретическую базу вопроса и могут быть использованы при разработке комплексных стратегий социально-экономического развития регионов, направленных на поддержку малого бизнеса и креативного сектора как единого драйвера роста.

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательство (МСП), креативные индустрии, региональная экономика, валовый региональный продукт (ВРП), корреляционный анализ, кластерный анализ

Благодарности. Исследование выполнено при поддержке Фонда перспективных научных исследований ФГБОУ ВО «ЧелГУ». 2026.

Для цитирования: Ткач Е.С. Взаимосвязь развития малого бизнеса и креативных индустрий в регионах России: эмпирический анализ // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». 2026. Т. 20, № 1. С. 140–152. DOI: 10.14529/em260112

Original article

DOI: 10.14529/em260112

RELATIONSHIP BETWEEN THE DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS AND CREATIVE INDUSTRIES IN RUSSIAN REGIONS: AN EMPIRICAL ANALYSIS

*E.S. Tkach, elena-tkach@yandex.ru**Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia*

Abstract. In the modern knowledge economy, creative industries have become a key factor in competitiveness and diversification of regional development. The small and medium-sized enterprise (SME) sector is traditionally viewed as the foundation of sustainability and innovation of the economic system. This supports the research hypothesis that the mutual reinforcement of the SME sector and the creative economy serve as a significant driver of socio-economic development in Russian regions. However, the empirical analysis of the relationship between these two sectors at the regional level in Russia remains insufficiently studied. This study aims to quantitatively assess the statistical relationship between the development of small and medium-sized enterprises and creative industries in the constituent entities of the Russian Federation. The study empirically confirms and illustrates a positive correlation between the shares of SMEs and creative industries in the gross regional product (GRP). It also proposes the classification of regions based on the nature of this relationship. The research database comprises official statistics from Rosstat, which are disaggregated by Russian regions. The methodological toolkit includes constructing scatter plots, calculating linear and rank correlation coefficients, and using the quartile method for regional stratification. The results obtained confirm the hypothesis of mutual reinforcement between the SME sector and the creative economy. The identified relationship can be explained by the entrepreneurial nature of creative industries, their role in adding value to traditional SME products, as well as common enabling environment factors such as human capital quality and institutional infrastructure. The findings and conclusions of the study contribute to the theoretical framework of the issue and can be applied in the formulation of integrated regional socio-economic development strategies aimed at supporting small businesses and the creative sector as a unified growth driver.

Keywords: small and medium-sized enterprises (SMEs), creative industries, regional economy, gross regional product (GRP), correlation analysis, cluster analysis

Acknowledgments. The study was supported by the Chelyabinsk State University Foundation for Advanced Scientific Research. 2026.

For citation: Tkach E.S. Relationship between the development of small business and creative industries in Russian regions: an empirical analysis. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Economics and Management*, 2026, vol. 20, no. 1, pp. 140–152. (In Russ.). DOI: 10.14529/em260112

Введение

В контексте перехода к экономике знаний и формирования постиндустриального уклада креативные индустрии приобретают стратегическое значение как фактор инновационного развития, повышения конкурентоспособности и улучшения качества жизни. Этот сектор, объединяющий виды деятельности, основанные на интеллектуальной собственности, творческом потенциале и культурном капитале, становится важным источником добавленной стоимости, создания новых рабочих мест и диверсификации региональных экономик. Параллельно малый и средний бизнес повсеместно признается основой устойчивого экономического роста, социальной стабильности и гибкости в условиях изменчивой рыночной конъюнктуры, высокой волатильности и рисков финансовой дея-

тельности. Оба сектора (креативные индустрии, МСП) опираются на поддержку, которая заявлена в числе приоритетов национальной экономической политики, что отражено в ряде стратегических документов.

Целью статьи является эмпирический анализ статистической связи между уровнем развития малого и среднего предпринимательства и креативных индустрий в субъектах Российской Федерации.

Комплексные исследования, нацеленные на выявление и количественную оценку [23] взаимозависимости этих двух ключевых с точки зрения диверсификации экономики секторов (МПС и креативной индустрии), присутствуют на карте научных исследований [5, 6, 8], хотя и не представлены широко. Данный факт ограничивает воз-

возможности формирования эффективной и адресной региональной политики, основанной на синергии инструментов поддержки.

Таким образом, актуальность данного исследования обусловлена, во-первых, стратегической важностью обеих рассматриваемых секторов для структурной трансформации региональной экономики России. Во-вторых, необходимостью перехода от теоретических постулатов о взаимном усилении МСП и креативных индустрий к их эмпирической верификации на актуальных российских данных. В-третьих, потребностью в выработке практических значимых выводов для дифференциации региональной политики.

Теория и методы

Несмотря на растущий интерес исследователей к обеим феноменам, их взаимосвязь в российской региональной проекции изучена фрагментарно, хотя и является предметом активных дискуссий, берущих начало в работах Р. Флориды и его последователей [14, 19]. Однако эмпирические проверки этой связи, особенно на субнациональном уровне, требуют учета специфики институциональной и социально-экономической среды [17, 20]. В отечественной науке сложился значительный пласт работ, посвященных отдельно проблемам развития малого бизнеса, где отмечаются такие его особенности, как функционирование в режиме «умеренного роста» [4], несмотря на негативный внешний фон и усиливающуюся цифровую трансформацию [9]. Данный сектор, как и сектор креативных индустрий, демонстрирует высокую адаптивность и является проводником повестки устойчивого развития региональной экономики [10].

Генезис понятия «креативные индустрии» в мировой научной и политической практике восходит к началу 1990 годов. Концептуальное оформление термина произошло в 1994 году в рамках австралийской государственной программы «Creative Nation», обозначившей приоритеты культурной политики¹. На рубеже тысячелетий в деловой прессе (журнал *Business Week*, 2000 г.) получил распространение более широкий термин «креативная экономика», отражающий системный характер этого феномена [21]. Чуть позже была отмечена связь креативной экономики с профессиональной деятельностью (Дж. Хоккинс 2001), где доминирует интеллектуальный труд и управление правами на результаты творчества [18]. В целом в современной научной литературе сформировался спектр подходов к дефиниции креативных индустрий [2, 15]. Законодательное определение, закреплён-

ное в федеральном законе № 330, фокусируется на экономической деятельности по созданию и коммерциализации уникального креативного продукта, возникающего из интеллектуальной деятельности и обладающего экономической ценностью. В данном контексте акцент смещен на юридический аспект – работу с интеллектуальной собственностью. В иных подходах существенным признаком выступает сам процесс творческой и культурной активности, объединяющий различные сферы производства товаров и услуг [3]. При этом ключевым критерием для отнесения к креативному сектору рассматривается источник создания добавленной стоимости, который преимущественно формируется именно творческой деятельностью [12].

В российской политической повестке развитие креативных индустрий приобрело статус одного из национальных приоритетов. В контексте достижения национальной цели «Устойчивая и динамичная экономика» (Указ Президента РФ № 309 от 7 мая 2024 г.) была поставлена конкретная задача по наращиванию вклада креативного сектора в экономику страны. Соответствующий плановый документ – Единый план по достижению национальных целей – установил количественный целевой индикатор: доля креативных творческих индустрий в экономике должна достичь 6 % к 2030 году. Таким образом, количественный рост данного сектора признан одним из ключевых факторов обеспечения долгосрочной устойчивости и динамики национального хозяйства [7, 11].

Проведённое исследование направлено на проверку гипотезы о наличии статистически значимой положительной связи между уровнем развития малого и среднего предпринимательства и креативных индустрий в экономиках субъектов Российской Федерации. С этой целью был применен комплекс взаимодополняющих методов, включая сбор и систематизацию официальных статистических данных, сравнительный анализ, а также методы математической статистики. Эмпирическая база и методический аппарат подробно описаны ниже.

Исследование основано на официальных статистических данных, что обеспечивает объективность и воспроизводимость результатов.

В качестве основного источника информации о вкладе креативных (творческих) индустрий в экономику регионов использованы данные Федеральной службы государственной статистики (Росстат) о валовой добавленной стоимости (ВДС) по видам экономической деятельности (ВЭД)².

¹ UNCTAD. (2022, April 21). Creative industry 4.0: Towards a new globalized creative economy (Report No. UNCTAD/DITC/TNCD/2021/3). United Nations Conference on Trade and Development. Retrieved January 23, 2026, fr.

² Федеральная служба государственной статистика (Росстат): официальный сайт. Национальные счета. Валовая добавленная стоимость креативной экономики по ОКВЭД2 (с 2017 г.) Валовая добавленная стоимость креативной экономики в ВВП. URL:

Для идентификации креативных индустрий применена утвержденная Росстатом методология, которая базируется на международных рекомендациях ОЭСР, Евростата и ЮНКТАД³. Ключевой показатель (доля креативных индустрий в валовом региональном продукте) рассчитывается в соответствии с официальной Методикой расчета показателя «Доля креативных (творческих) индустрий в экономике»⁴, утвержденной Минэкономразвития России (табл. 1).

Данные по малому и среднему предпринимательству (о доле сектора МСП в валовом региональном продукте, также представленные в табл. 1) каждого субъекта РФ имеются в базе данных Росстата.

Таблица позволяет сравнить вклад креативной экономики различных территорий в формирование ВРП через показатель валовой добавленной стоимости сектора, что отражает уровень структуры и диверсификации экономики регионов.

Результаты

Исследование носит кросс-секционный (пространственный) характер и охватывает 85 субъектов Российской Федерации. Учитывая, что город Москва представляет собой уникальный агломерационный и управленческий феномен с показателями развития креативной индустрии существенно выше среднероссийских, она была выведена из общей выборки, что позволило избежать смещения результатов и сконцентрироваться на данных, релевантных для большинства исследуемых единиц.

В качестве базового периода для сопоставимого анализа использованы данные за 2023 год, что обусловлено доступностью полного массива данных по обеим группам показателей для всех имеющихся в официальной статистической базе регионов на момент проведения исследования. При анализе динамики были также привлечены ретроспективные данные за период 2017–2022 годов, публикуемые Росстатом.

Для обработки данных и проверки гипотезы использован следующий методический инструментарий:

1. *Описательная статистика и визуализация.* На начальном этапе для обеих переменных (доля

МСП и доля креативных индустрий в ВРП) были рассчитаны основные описательные статистические показатели (среднее значение, медиана, стандартное отклонение, минимум, максимум), что позволило охарактеризовать общее распределение показателей по регионам (рис. 1).

На рис. 1 представлены регионы России (включая города, области, края и республики) в порядке убывания доли ВДС креативной экономики в валовом региональном продукте. Начиная с 69 позиции в общем списке регионов, значение являются не очень высокими и постепенно убывают с 1,6 до 0,3 %.

Для предварительной оценки связи построена диаграмма рассеяния (scatter plot). На диаграмму нанесена линия линейного тренда (рис. 2).

2. *Корреляционный анализ.* Для количественной оценки силы и направления статистической связи между долей МСП и долей креативных индустрий рассчитаны коэффициенты корреляции. Учитывая, что распределение данных может отличаться от нормального, а также для учета возможных выбросов, использованы два дополняющих друг друга метода:

- коэффициент корреляции Пирсона (r) – для оценки линейной связи;

- коэффициент ранговой корреляции Спирмена (ρ) – для оценки монотонной связи, менее чувствительной к выбросам и отклонениям от нормального распределения.

Статистическая значимость полученных коэффициентов проверялась на стандартных уровнях ($\alpha < 0,05$; $\rho < 0,01$).

3. *Сравнительный групповой анализ (метод квартилей).* Для наглядной демонстрации выявленной зависимости и анализа различий между группами регионов вся выборка была разделена на четыре равные группы (квартили) по возрастанию значения доли МСП в ВРП:

Группа 1 (1Q): регионы с наименьшей долей МСП (ниже 25 %).

Группа 2 (2Q): регионы со средней долей МСП (25–50 %).

Группа 3 (3Q): регионы с высокой долей МСП (50–75 %).

Группа 4 (4Q): регионы с наибольшей долей МСП (верхние 25 %).

Для каждой сформированной группы была рассчитана средняя арифметическая доля креативных индустрий в ВРП. Результаты представлены в свободной таблице и визуализированы с помощью столбчатой (барплота) диаграммы, что позволяет наглядно проследить тенденцию изменения ключевого показателя от группы к группе.

Все расчеты, а также первичная и вторичная статистическая обработка была выполнена с использованием программного комплекса Microsoft Excel (версия Microsoft 365). Для проведения корреляционного и регрессионного анализа применя-

<https://rosstat.gov.ru/statistics/accounts> (дата обращения 31.01.2026).

³ Креативная экономика России сегодня. URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/12076383da381203a530669fff216077/kreativnaya_ekonomika_rossii_ssegodnya_2025.pdf (дата 22.01.2026).

⁴ Приказ Минэкономразвития России от 25.07.2025 № 487 «Об утверждении методики расчета показателя «Доля креативных (творческих) индустрий в экономике». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_510934/eb7bae6dd5b73b6f2202bbada5cf791c246a5ab8/ (дата обращения 31.01.2026).

Таблица 1

Показатели доли ВДС креативной экономики и доли МСП в ВРП в 2023 году, %

№ п/п	Название субъекта РФ	Доля ВДС в ВРП	Доля МСП в ВРП	№ п/п	Название субъекта РФ	Доля ВДС в ВРП	Доля МСП в ВРП
1	г. Москва	10,1	27,5				
2	г. Санкт-Петербург	4,6	26,3	44	Тульская область	2,3	23,7
3	Новосибирская область	4,2	38,5	45	Рязанская область	2,2	28,3
4	Республика Дагестан	4,0	31,8	46	Вологодская область	2,2	20,3
5	Калининградская область	3,8	37,3	47	Тамбовская область	2,2	26,4
6	Республика Калмыкия	3,6	43,6	48	Алтайский край	2,2	35,6
7	г. Севастополь	3,5	28,3	49	Ростовская область	2,2	33,2
8	Московская область	3,5	28,9	50	Республика Карелия	2,2	28,7
9	Ярославская область	3,4	31,0	51	Архангельская область	2,1	20,1
10	Республика Алтай	3,3	22,3	52	Самарская область	2,1	28,0
11	Ульяновская область	3,2	33,7	53	Камчатский край	2,1	22,5
12	Тверская область	3,2	27,9	54	Пермский край	2,1	20,8
13	Республика Марий Эл	3,2	28,5	55	Республика Башкортостан	2,0	28,5
14	Свердловская область	3,2	30,9	56	Орловская область	2,0	28,5
15	Карачаево-Черкесская Республика	3,2	22,0	57	Курганская область	2,0	26,2
16	Республика Тыва	3,1	13,2	58	Республика Хакасия	2,0	18,3
17	Костромская область	3,0	34,7	59	Хабаровский край	1,9	26,3
18	Республика Крым	3,0	34,4	60	Брянская область	1,9	26,4
19	Республика Ингушетия	2,9	26,5	61	Саратовская область	1,9	28,6
20	Псковская область	2,9	28,9	62	Еврейская авт. область	1,8	20,8
21	Ставропольский край	2,8	30,2	63	Кемеровская область – Кузбасс	1,8	17,8
22	Нижегородская область	2,8	28,3	64	Новгородская область	1,8	20,7
23	Республика Бурятия	2,8	22,2	65	Ленинградская область	1,7	22,4
24	Краснодарский край	2,8	27,6	66	Курская область	1,7	22,8
25	Томская область	2,8	26,9	67	Липецкая область	1,7	19,6
26	Чувашская Республика – Чувашия	2,8	29,6	68	Белгородская область	1,7	24,2
27	Пензенская область	2,7	35,6	69	Приморский край	1,6	29,9
28	Ивановская область	2,7	37,6	70	Волгоградская область	1,5	26,3
29	Чеченская Республика	2,7	27,5	71	Красноярский край	1,4	14,2
30	Омская область	2,6	27,0	72	Иркутская область	1,4	17,5
31	Кабардино-Балкарская Республика	2,5	38,1	73	Чукотский АО	1,4	7,4
32	Республика Татарстан	2,5	22,6	74	Республика Коми	1,4	9,3

Окончание табл. 1

№ п/п	Название субъекта РФ	Доля ВДС в ВРП	Доля МСП в ВРП	№ п/п	Название субъекта РФ	Доля ВДС в ВРП	Доля МСП в ВРП
33	Воронежская область	2,5	34,5	75	Мурманская область	1,4	12,5
34	Кировская область	2,4	28,4	76	Астраханская область	1,4	17,5
35	Республика Адыгея	2,4	27,1	77	Республика Саха (Якутия)	1,4	10,9
36	Удмуртская Республика	2,4	25,8	78	Магаданская область	1,4	17,0
37	Республика Северная Осетия – Алания	2,3	29,2	79	Забайкальский край	1,3	17,0
38	Владимирская область	2,3	29,0	80	Амурская область	1,3	22,0
39	Республика Мордовия	2,3	24,9	81	Сахалинская область	1,0	10,6
40	Калужская область	2,3	27,2	82	Оренбургская область	1,0	16,0
41	Тюменская область	2,3	24,1	83	Ненецкий АО	0,4	2,3
42	Смоленская область	2,3	31,4	84	Ханты-Мансийский АО	0,4	4,8
43	Челябинская область	2,3	27,3	85	Ямало-Ненецкий АО	0,3	2,3

Субъекты РФ ранжированы по убыванию показателю доли креативной экономики в ВРП. Источник: составлено автором по данным Росстата: Федеральная служба государственной статистика (Росстат): официальный сайт. Национальные счета. Доля креативной экономики в ВРП. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/accounts> (дата обращения 31.01.2026).

лись встроенные статистические функции. Визуализация результатов (построение диаграмм рассеяния, гистограмм, добавление линии тренда) осуществлена с помощью стандартного инструментария. Использование данного инструментария обеспечивает прозрачность и воспроизводимость всех этапов анализа, что соответствует стандартам эмпирического исследования в области социально-экономических наук.

Результаты

Результаты эмпирического анализа взаимосвязи доли МСП и креативных индустрий в ВРП. Эмпирический анализ данных по 84 субъектам Российской Федерации (без учета г. Москвы, выделенного в качестве отдельного мегаполиса-лидера) позволил выявить и количественно оценить характер взаимосвязи между уровнем развития малого и среднего предпринимательства и креативного сектора (табл. 2). Выводы по анализу представлены ниже.

Описательная статистика исследуемых показателей. Распределение ключевых показателей по регионам характеризуется значительной вариацией. Доля креативных индустрий в ВРП в среднем по выборке составляет 2,29 % (стандартное отклонение – 0,83). При этом минимальное значение зафиксировано в Ханты-Мансийском АО (0,43), а максимальное – в г. Санкт-Петербург

(4,6 %). Доля МСП в ВРП демонстрирует еще больший разброс: среднее значение – 23,95 %, стандартное отклонение – 8,16. Минимальное значение наблюдается в Ямало-Ненецком автономном округе (2,35 %), а максимальное – в Республике Калмыкия (43,64 %). Высокий коэффициент вариации для обеих показателей (35,9 и 32,9 % соответственно) свидетельствует о существенной дифференциации российских регионов как по уровню развития креативной экономики, так и по степени вовлеченности МСП в формирование валового продукта.

Корреляционный анализ взаимосвязи показателей. С целью проверки основной гипотезы был проведен корреляционный анализ. Ввиду наличия регионов-выбросов (ресурсодобывающие субъекты с экстремально низкой долей МСП при средних значениях креативного сектора) и отклонения распределений от нормального, в качестве основного показателя использован коэффициент ранговой корреляции Спирмена (ρ) (табл. 3).

При числе степеней свободы $(n - 2) = 82$, полученное $p\text{-value} < 0,001$, что позволяет отвергнуть нулевую гипотезу об отсутствии связи на любом общепринятом уровне значимости ($\alpha = 0,01; 0,05; 0,1$). Дополнительно рассчитанный коэффициент линейной корреляции Пирсона ($r = +0,72$) также подтверждает наличие положительной взаимосвязи.

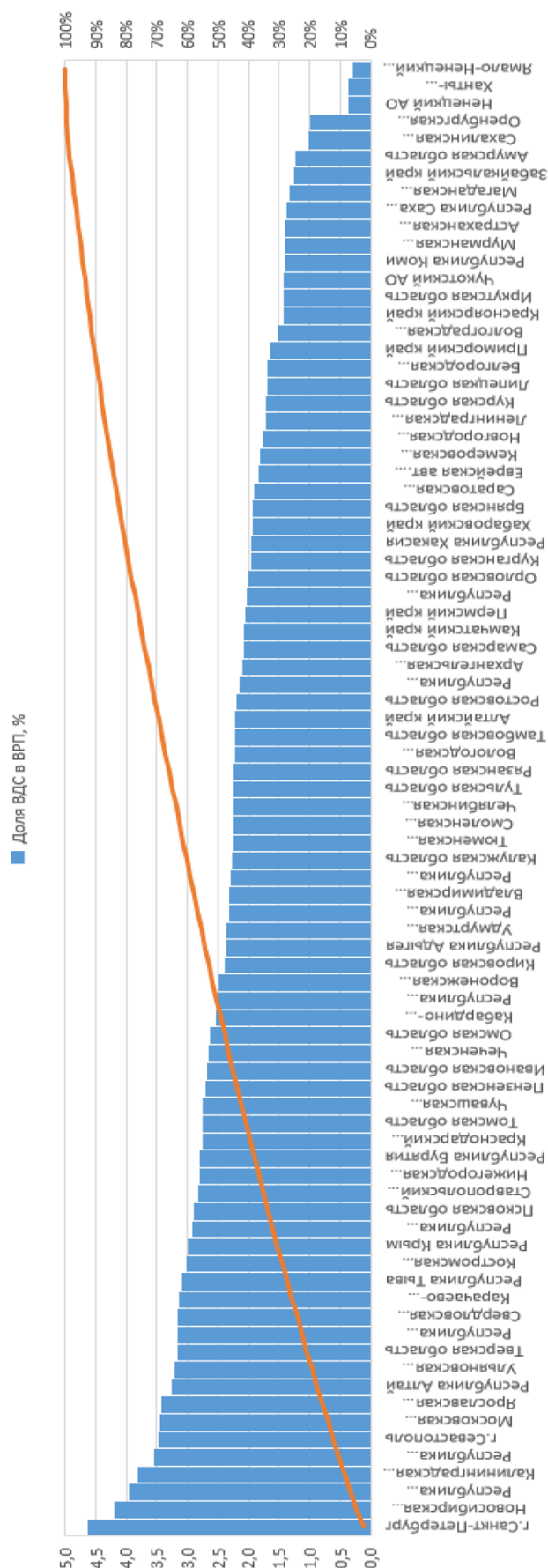


Рис. 1. Доля валовой добавленной стоимости (ВДС) креативной экономики в валовом региональном продукте (ВРП) по регионам России*

Источник: составлено автором

* Для более детализированной визуализации данные г. Москва исключены при построении диаграммы, по причине двукратного превышения по указанному показателю ближайшего по степени убывания региона

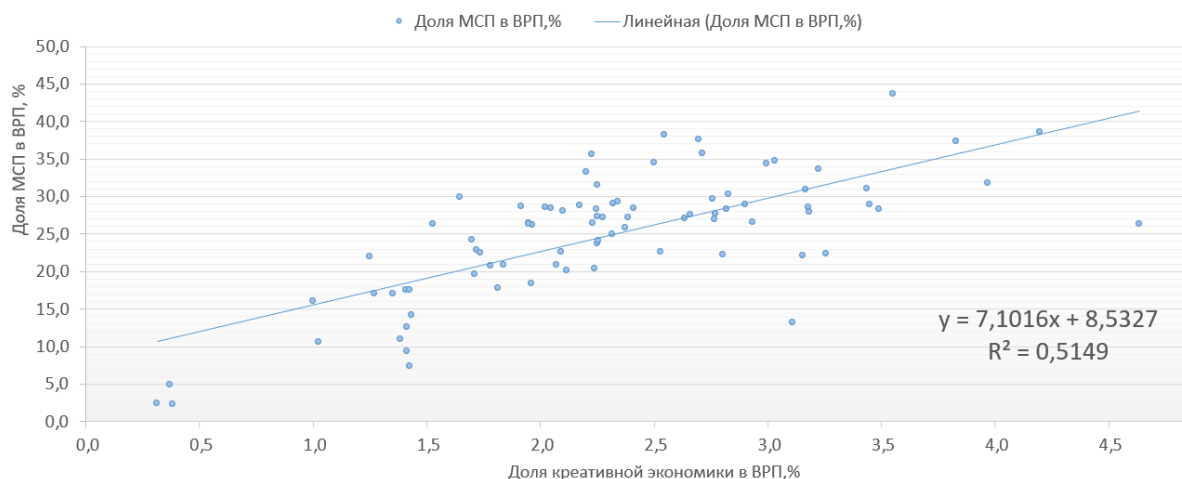


Рис. 2. Связь между долей МСП и креативной экономикой в ВРП, %
Источник: составлено автором

Таблица 2
Ранжирование субъектов РФ по доле креативной экономики в ВРП (ранг X), по доле МСП в ВРП (ранг Y)

Название субъекта РФ	Ранг X*	Ранг Y*	d	d ²	Название субъекта РФ	Ранг X*	Ранг Y*	d	d ²
Белгородская область	18	34	-16	256	г. Севастополь	48	34	14	196
Брянская область	26	40	-14	196	Республика Дагестан	48	44	4	16
Владимирская область	47	62	-15	225	Республика Ингушетия	41	28	13	169
Воронежская область	51	74	-23	529	Кабардино-Балкарская Республика	32	46	-14	196
Ивановская область	55	78	-23	529	Карачаево-Черкесская Республика	41	18	23	529
Калужская область	45	46	-1	1	Республика Северная Осетия – Алания	28	38	-10	100
Костромская область	64	73	-9	81	Чеченская Республика	32	32	0	0
Курская область	20	32	-12	144	Ставропольский край	37	41	-4	16
Липецкая область	19	19	0	0	Республика Башкортостан	20	36	-16	256
Московская область	70	58	12	144	Республика Марий Эл	38	36	2	4
Орловская область	27	54	-27	729	Республика Мордовия	26	25	1	1
Рязанская область	37	50	-13	169	Республика Татарстан	29	24	5	25
Смоленская область	39	63	-24	576	Удмуртская Республика	28	26	2	4
Тамбовская область	35	39	-4	16	Чувашская Республика – Чувашия	32	38	-6	36

Окончание табл. 2

Название субъекта РФ	Ранг Х*	Ранг Y*	d	d ²	Название субъекта РФ	Ранг Х*	Ранг Y*	d	d ²
Тверская область	62	46	16	256	Пермский край	21	17	4	16
Тульская область	36	31	5	25	Кировская область	27	35	-8	64
Ярославская область	63	59	4	16	Нижегородская область	32	34	-2	4
Республика Карелия	32	52	-20	400	Оренбургская область	4	10	-6	36
Республика Коми	13	6	7	49	Пензенская область	28	39	-11	121
Ненецкий АО	3	1	2	4	Самарская область	21	32	-11	121
Архангельская область без АО	29	17	12	144	Саратовская область	16	32	-16	256
Вологодская область	31	17	14	196	Ульяновская область	31	35	-4	16
Калининградская область	60	60	0	0	Курганская область	18	26	-8	64
Ленинградская область	17	24	-7	49	Свердловская область	29	33	-4	16
Мурманская область	11	7	4	16	Ханты-Мансийский АО	2	3	-1	1
Новгородская область	16	16	0	0	Ямало-Ненецкий АО	1	2	-1	1
Псковская область	46	45	1	1	Тюменская область без АО	19	23	-4	16
г. Санкт-Петербург	58	30	28	784	Челябинская область	18	27	-9	81
Республика Адыгея	33	33	0	0	Республика Алтай	25	21	4	16
Республика Калмыкия	54	56	-2	4	Республика Тыва	24	6	18	324
Республика Крым	46	51	-5	25	Республика Хакасия	15	11	4	16
Краснодарский край	41	35	6	36	Алтайский край	16	26	-10	100
Астраханская область	10	13	-3	9	Красноярский край	9	6	3	9
Волгоградская область	13	27	-14	196	Иркутская область	8	8	0	0
Ростовская область	24	46	-22	484	Кемеровская область – Кузбасс	10	8	2	4

Источник: составлено автором

Таблиц 3

Дескриптивная статистика ранговых показателей корреляционного анализа

Показатель	Значение	Применение
Число наблюдений (n)	84	Субъекты РФ, по которым представлены данные Росстата по состоянию на 2023 год, исключая г. Москву
Сумма квадратов разностей рангов (Σd^2)	9 386	Рассчитан на основе попарных разностей рангов. Полная таблица с рангами и расчетами разностей представлена выше
Коэффициент корреляции Спирмена (ρ)	+0,83	Определён по формуле: $\rho = 1 - [6 * \Sigma d^2] / [n (n^2 - 1)]$
Статистическая значимость (p-value)	< 0,001	Определено на основе t-статистики для ρ $t = \rho * \sqrt{[(n - 2)/(1 - \rho^2)]}$, которая составила + 13,96
Число рангов с полным ранговым совпадением	7	Указывает на согласованность ранжирования

Источник: составлено автором

Сравнительный анализ по группам регионов, сформированным на основе уровня развития МСП. Для более глубокой визуализации выявленной зависимости была применена методика кластерного анализа. Все субъекты были разделены на четыре группы (квартиля) по возрастанию значения доли МСП в ВРП. Для каждой группы была рассчитана средняя доля креативных индустрий в ВРП. Результаты представлены в табл. 4.

Полученные данные демонстрируют четкую положительную динамику. В группе регионов с наименьшей долей МСП средний вклад креативного сектора в экономику составляет лишь 1,4 %. Это показатель последовательно растет в каждой последующей группе, достигая 2,9 % в группе регионов с максимальным развитием малого и среднего бизнеса. Таким образом, разрыв в средних значениях доли креативной экономики между группами с наивысшим и наименьшим уровнем развития МСП составляет 1,5 процентных пункта, или более чем в 2 раза. Визуализация этой зависимости представлена на рис. 3.

Представленные результаты количественно подтверждают выдвинутую гипотезу. Существует статистически значимая прямая зависимость: в субъектах Российской Федерации, где сектора малого и среднего предпринимательства играют более-менее заметную роль в экономике, креативные индустрии также вносят больший вклад в формирование валового регионального продукта.

Обсуждение и выводы

Полученные результаты эмпирического анализа представляют убедительные количественные доказательства в пользу рабочей гипотезы исследования. Выявленная статистически значимая положительная корреляция ($\rho = 0,83$) между долей МСП и креативных индустрий в ВРП российских регионов, а также устойчивый рост средних значений креативного сектора от группы к группе, позволяет утверждать о существовании взаимосвязанной динамики развития этих двух сегментов экономики.

Интерпретация выявленной закономерности

Таблица 4

Среднее значение доли креативных индустрий в группах регионов, сформированных по уровням развития МСП

Группа по доле МСП	Количество регионов	Доля МСП в ВРП, % среднее по группе	Доля креативных индустрий в ВРП, % среднее по группе
Q1 (Низкая)	21	13,8	1,4
Q2 (Средняя)	21	23,9	2,3
Q3 (Выше среднего)	21	28,0	2,6
Q4 (Высокая)	21	33,8	2,9

Источник: составлено автором

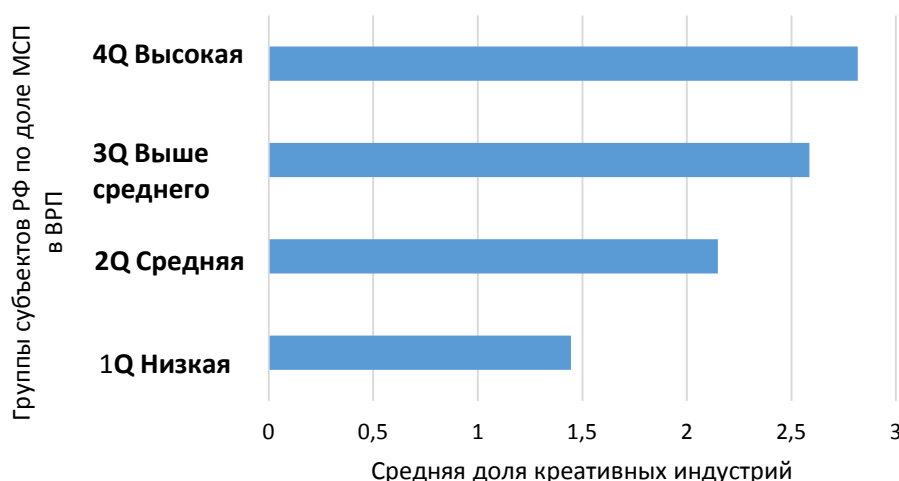


Рис. 3. Связь между группой по уровню развития МСП и средней долей креативных индустрий региона в его ВРП

Источник: составлено автором

может опираться на несколько ключевых теоретических положений.

Во-первых, креативные индустрии по своей природе являются предпринимательскими и часто существуют в форме микро- и малого бизнеса (дизайн-студии, архитектурные бюро, IT-стартапы, контент-проекты, рестораны, народные художественные промыслы и др.). Поэтому регионы с развитой и благоприятной экосистемой для малого и среднего предпринимательства автоматически создают более подходящие условия для зарождения и роста креативных предприятий.

Во-вторых, наблюдается эффект синергии и кооперации: традиционные МСП в сфере производства, торговли и услуг становятся потребителями продуктов креативных индустрий (веб-дизайн, цифровой маркетинг, брендинг, упаковка). Таким образом, развитый сектор МСП формирует устойчивый внутренний спрос на креативные услуги, стимулируя рост последних.

В-третьих, оба сектора чувствительны к сложным институциональным условиям: качеству делового климата, доступности финансовых инструментов, уровню защиты интеллектуальной собственности и развитию городской среды, привлекательной для творческих людей, способных продвигать креативную индустрию вперед, обеспечивая ее конкурентоспособность и востребованность в обществе. Регионы, которые успешно создают такие условия, одновременно получают импульс как для роста малого и среднего предпринимательства, так и для усиления креативной экономики.

Полученные выводы находят отражение в работах ряда исследователей [13, 22], однако настоящие материалы вносят вклад в дискуссию [16], представляя конкретные количественные оценки для российской региональной специфики.

Выявленный коэффициент корреляции, указанный выше (см. табл. 3), указывает на наличие устойчивой связи, но также и на то, что существуют и другие значимые факторы, влияющие на развитие креативных индустрий (например, концентрация человеческого капитала, достигнутый в регионе уровень экономики знаний, наличие университетов, миграционные потоки).

Практическая значимость результатов заключается в их прикладном значении для региональной политики, формирования комплексных стратегий развития регионов, в которых меры поддержки МСП и креативных индустрий рассматриваются не изолированно, а как взаимодополняющие, что может повысить общую эффективность государственного регулирования [1]. В частности, может быть целесообразным применение следующих мероприятий: включение представителей сектора креативных индустрий в программы поддержки и обучения для начинающих предпринимателей; создание специализированных кластеров и коворкингов, объединяющих МСП из традиционных и креативных сфер деятельности для генерации совместных проектов; разработка финансовых инструментов (грантов, программ кредитования, государственных гарантий) доступных на стыке предпринимательства и креативности, носящих межотраслевой междисциплинарный характер.

Таким образом, эмпирически доказанная взаимосвязь между развитием малого и среднего предпринимательства и креативных индустрий в регионах России указывает на их синергетический потенциал. Дальнейшее исследование причинно-следственных механизмов этой связи, а также разработка на ее основе конкретных инструментов региональной политики представляются важными направлениями для будущей научной и практической работы.

Список литературы

1. Абанкина Т.В. Креативная экономика в России: новые тренды // Журнал Новой экономической ассоциации. 2022. № 2(54). С. 221–228. DOI: 10.31737/2221-2264-2022-54-2-13. EDN: HQDLBI.
2. Буката Д.Ф., Сидорня А.А. Теоретические подходы к изучению тенденций и перспектив развития креативных индустрий // Молодой исследователь Дона. 2018. № 2(11). С. 155–161. EDN: XOFXTV.
3. Василенко Л.А., Богданова Л.В., Каримова И.Ю. Креативная экономика и креативные кластеры в развитии территории: анализ российских практик // Проблемы развития территории. 2024. Т. 28, № 1. С. 61–77. DOI: 10.15838/ptd.2024.1.129.5. EDN: DLWLPV.
4. Василенок А.А., Шапор М.А. Малый и средний бизнес в России в 2025 году и прогноз на 2026–2027 годы в логике JTBD // Экономическое развитие России. 2025. Т. 32. №. 12. С. 343–350. DOI: 10.24412/2306-5001-2025-12-343-350.
5. Глушкова Ю.О. Подходы к оценке эффективности экономико-управленческой стратегии развития и государственной поддержки креативных индустрий // Креативная экономика. 2019. Т. 13, № 12. С. 2387–2396. DOI: 10.18334/ce.13.12.41477. EDN: UHMXCL.
6. Ипполитов С.С. Малый бизнес в творческой индустрии: оценка вклада в экономику // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2022. №. 2 (106). С. 143–153. DOI: 10.24412/1997-0803-2022-2106-143-153.

7. Кореньков А.О. Инфраструктурные факторы развития креативных индустрий // Инновации и инвестиции. 2022. № 3. С. 182–186. EDN: LFZWQC.
8. Кулмаганбетова А.С., Бабажанова Ж.А. Важность взаимодействия МСБ и креативных индустрий в Казахстане // Arts Academy. 2023. Т. 8. № 4. С. 69–80. DOI: 10.56032/2523-4684.2023.4.8.69.
9. Мызрова К.А., Спектор А.А., Заводчиков А.С. Малый бизнес: тенденции, перспективы, условия развития // Экономика, предпринимательство и право. 2024. Том 14. № 5. С. 2141–2158. DOI: 10.18334/epp.14.5.120885.
10. Мамий С.А., Сагарья Д.К., Чернышев К.А. Малый бизнес как драйвер устойчивого развития региональной экономики: инновационные подходы к макроэкономическому анализу (на примере Краснодарского края) // Естественно-гуманитарные исследования. 2025. № 2(58). С. 281–288. EDN: QFGFDI.
11. Меленкин В.Л., Карпусенко А.А. Синтез традиций и инноваций: модели развития креативных индустрий на региональном уровне // Экономика и экология территориальных образований. 2025. Т. 9, № 2. С. 6–13. DOI: 10.23947/2413-1474-2025-9-2-6-13. EDN: PAUBME.
12. Музычук В.Ю. Творческие (креативные) индустрии: вызовы для некоммерческого сегмента сферы культуры // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2023. № 5. С. 7–39. DOI: 10.52180/2073-6487-2023-5-7-39. EDN: BXIKUF.
13. Тарануха Ю.В. Что мешает переходу к креативному предпринимательству? // Общественные науки и современность. 2022. № 3. С. 67–87. DOI: 10.31857/S0869049922030054. EDN: EWOCET.
14. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее [англ.] = The Rise of The Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. Классика-XXI, 2005. 430 с.
15. Хестанов, Р. Креативные индустрии модели развития // Социологическое обозрение. 2018. № 3. 173–196. DOI: 10.17323/1728-192X-2018-3-173-196.
16. Creative Economy at the Nexus of Innovation, Digitalization and Education: ARDL and NARDL Approach from Kazakhstan / Ye. Bolatbek, T. Kakizhanova, Z. Akhmetova [et al.] // Economics. 2025. Vol. 13, no. 3. P. 147–166. DOI: 10.2478/eoik-2025-0060. EDN: PNVMZP.
17. Hrysenko M., Pryiatelchuk L. Shvorak O. Correlation And Interaction Of Economic Creativity Factors As A Determinant Of Sustainable Development (On The Example Of The Eu Countries) // Baltic Journal of Economic Studies. 2022. Vol. 8, no. 2. P. 59–67. DOI: 10.30525/2256-0742/2022-8-2-59-67. EDN: CEBIZR.
18. Howkins J. Creative economy: How to turn ideas into money (I. Shcherbakova, Trans.) Financial Corporation Otkritie: Classics-XXI. (Original work published 2001).
19. Montgomery J. Beware 'the Creative Class'. Creativity and Wealth Creation Revisited // Local Economy. 2005. Vol. 20, no. 4. P. 337–343.
20. Peljko Ž., Antončič Ja. Auer Impacts of Entrepreneurial Openness and Creativity on Company Growth // Frontiers in Psychology. 2022. Vol. 13. DOI: 10.3389/fpsyg.2022.860382. EDN: BBTNZB.
21. The Creative Economy. (2000, August 28). Business Week, The 21st Century Corporation (special double issue), pp. 1–5.
22. Saptawan A., Ermanovida E., Putri A.U., Santoso A.D. The creative economy in the hand of local government: Fragmentation, overlapping meaning, and the absence of intermediary group // Journal of Governance and Regulation. 2024. Vol. 13, no. 2. P. 50–58. DOI: 10.22495/jgrv13i2art4. EDN: XRDQBS.
23. The economy in the context of achieving sustainable development principles: an analysis of the current state of the creative industry / S. Panasenok, I. Khristoforova, N. Grishanin [et al.] // International Journal of Ecosystems and Ecology Science. 2025. Vol. 15, no. 3. P. 317–324. DOI: 10.31407/ijeess15.336. EDN: IDMPBW.

References

1. Abankina T.V. Creative economy in Russia: New trends. *Journal of the New Economic Association*, 2022, no. 54(2), pp. 221–228. (In Russ.) DOI: 10.31737/2221-2264-2022-54-2-13.
2. Bukata D.F., & Sidornya A.A. Theoretical approaches to studying trends and prospects for the development of creative industries. *Young Researcher of the Don*, 2018 no. 11(2), pp. 155–161 (In Russ.)
3. Vasilenko L.A., Bogdanova L.V., Karimova I.Yu. Creative economy and creative clusters in territorial development: Analysis of Russian practices. *Problems of Territory's Development*, 2024 no. 28 (1), pp. 61–77. (In Russ.) DOI: 10.15838/ptd.2024.1.129.5
4. Vasilenok A.A., Shapor M.A. (2025). Small and medium-sized businesses in Russia in 2025 and forecast for 2026–2027 in JTBD logic. *Economic Development of Russia*, no. 32 (12), pp. 343–350. (In Russ.) DOI: 10.24412/2306-5001-2025-12-343-350.
5. Glushkova Yu.O. (2019). Approaches to assessing the effectiveness of the economic and managerial strategy

6. Ippolitov S.S. (2022). Small business in the creative industry: Assessing the contribution to the economy. *Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts*, no. 106 (2), pp. 143–153. (In Russ.) DOI: 10.24412/1997-0803-2022-2106-143-153
7. Korenkov A.O. (2022). Infrastructure factors for the development of creative industries. *Innovations and Investments*, no. 3, pp. 182–186.
8. Kulmaganbetova A.S., & Babazhanova Zh.A. (2023). The importance of interaction between SMEs and creative industries in Kazakhstan. *Arts Academy*, no. 8 (4), pp. 69–80. (In Russ.) DOI: 10.56032/2523-4684.2023.4.8.69.
9. Myzrova K.A., Spetor A.A., & Zavodtskov A.S. (2024). Small business: Trends, prospects, development conditions. *Economics, Entrepreneurship and Law*, no. 14 (5), pp. 2141–2158. (In Russ.) DOI: 10.18334/epp.14.5.120885
10. Mamiy S.A., Sagaryan D.K., & Chernysheva K.A. (2025). Small business as a driver of sustainable regional economic development: Innovative approaches to macroeconomic analysis (the case of Krasnodar Krai). *Natural and Human Studies*, no. 58 (2), pp. 281–288.
11. Melenkin V.L., & Karpusenko A.A. (2025). Synthesis of traditions and innovations: Models for the development of creative industries at the regional level. *Economics and Ecology of Territorial Formations*, no. 9 (2), pp. 6–13. (In Russ.) DOI: 10.23947/2413-1474-2025-9-2-6-13.
12. Muzyichuk V.Yu. (2023). Creative industries: Challenges for the non-profit segment of the cultural sphere. *Bulletin of the Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences*, no. 5, pp. 7–39. (In Russ.) DOI: 10.52180/2073-6487-2023-5-7-39
13. Taranukha Yu.V. (2022). What hinders the transition to creative entrepreneurship? *Social Sciences and Modernity*, no. 3, pp. 67–87. (In Russ.) DOI: 10.31857/S0869049922030054
14. Florida R. (2005). The creative class: People who change the future [Kreativnyy klass: lyudi, kotoryye menyayut budushcheye]. Klassika-XXI. (Original work published 2002).
15. Hestanov R. (2018). Creative industries – development models. *Sociological Review*, no. 3, pp. 173–196. (In Russ.) DOI: 10.17323/1728-192X-2018-3-173-196.
16. Bolatbek Ye., Kakizhanova T., Akhmetova Z., et al. (2025). Creative economy at the nexus of innovation, digitalization and education: ARDL and NARDL approach from Kazakhstan. *Economics*, no. 13 (3), pp. 147–166. <https://doi.org/10.2478/eoik-2025-0060>.
17. Hrysenko M., Pryiatelchuk O., Shvorak L. (2022). Correlation and interaction of economic creativity factors as a determinant of sustainable development (on the example of the EU countries). *Baltic Journal of Economic Studies*, no. 8 (2), pp. 59–67. (In Russ.) DOI: 10.30525/2256-0742/2022-8-2-59-67
18. Howkins J. (2011). *Creative economy: How to turn ideas into money* (I. Shcherbakova, Trans.). Financial Corporation Otkritie: Classics-XXI. (Original work published 2001).
19. Montgomery J. (2005). Beware “the creative class” Creativity and wealth creation revisited. *Local Economy*, no. 20 (4), pp. 337–343. DOI: 10.1080/02690940500272786.
20. Peljko Ž., & Auer Antončič Ja. (2022). Impacts of entrepreneurial openness and creativity on company growth. *Frontiers in Psychology*, no. 13, Article 860382. DOI: 10.3389/fpsyg.2022.860382
21. The creative economy. (2000, August 28). *Business Week*, no. 3694, pp. 1–5.
22. Saptawan A., Ermanovida E., Putri A.D., & Santoso A.U. (2024). The creative economy in the hands of local government: Fragmentation, overlapping meaning, and the absence of an intermediary group. *Journal of Governance and Regulation*, no. 13 (2), pp. 50–58. DOI: 10.22495/jgrv13i2art4.
23. Panasenko S., Khristoforova I., Grishanin N., et al. (2025). The economy in the context of achieving sustainable development principles: An analysis of the current state of the creative industry. *International Journal of Ecosystems and Ecology Science*, no. 15 (3), pp. 317–324. DOI: 10.31407/ijees15.336.

Информация об авторе

Ткач Елена Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры прикладной экономики и маркетинга, Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия; elena-tkach@yandex.ru

Information about the author

Elena S. Tkach, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Applied Economics and Marketing, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia; elena-tkach@mail.ru

Статья поступила в редакцию 13.02.2026

The article was submitted 13.02.2026